

Manipulasi Fitur Keranjang Belanja pada *Content Management System (CMS) Wordpress*

1st Andi Dwi Riyanto , 2nd Dodi Taruna Baskara
 1st Program Studi Sistem Informasi
 2nd Program Studi Informatika
 Universitas Amikom Purwokerto
 Purwokerto, Indonesia

1st andi@amikompurwokerto.ac.id, 2nd tarunabaskara@gmail.com

Abstrak— *Content Management System (CMS) Wordpress* merupakan CMS yang paling populer dalam pengembangan website. Dipadukan dengan *plugin WooCommerce* dan tema *Storefront*, maka akan didapatkan website *e-commerce* yang bagus. Namun demikian tidak semua pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ataupun pengguna website di Indonesia nyaman menggunakan website *e-commerce*. Beberapa diantaranya lebih nyaman menggunakan *chat WhatsApp* dalam bernegosiasi dan transaksi dalam pelaksanaan *e-commerce*. Atas dasar tersebut, tim peneliti membuat penelitian untuk merubah fitur keranjang belanja pada website *e-commerce* berbasis Wordpress agar menjadi *chat* melalui WhatsApp dan telpon untuk mempermudah pelaku UMKM dalam mengelola produk dan promosinya, serta memudahkan pelanggan dalam melakukan negosiasi dan memesan produk. Selain itu mempersingkat fitur pengaturan toko agar lebih mudah dalam pengelolaan toko. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Web Engineering Method* untuk memanipulasi fitur yang ada di CMS Wordpress, *plugin WooCommerce* dan tema *Storefront*. Hasil dari penelitian ini adalah website siap pakai yang mudah dioperasikan oleh pelaku UMKM dan pelanggan.

Kata Kunci — *CMS Wordpress, WooCommerce, Website e-commerce, Web Engineering Method, Manipulasi Wordpress*

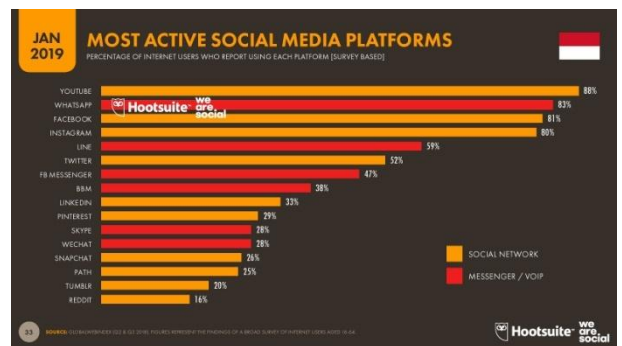
I. PENDAHULUAN

Menurut Sarwandi dalam [1], Wordpress adalah aplikasi sumber terbuka (*open source*) yang sangat populer dan dapat digunakan sebagai mesin blog (*blog engine*). Wordpress dibangun menggunakan bahasa pemrograman *Hypertext Preprocessor (PHP)* dan basis data (*database*) *MySQL*. PHP dan *MySQL* merupakan perangkat lunak sumber terbuka (*open source software*). Selain dapat digunakan sebagai blog, Wordpress juga dapat digunakan sebagai sebuah *Content management system (CMS)* karena kemampuannya untuk dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya.

WooCommerce adalah *plugin* wordpress yang bisa mengubah wordpress menjadi sebuah toko online [2]. Tema standar yang dapat digunakan untuk menerapkan *WooCommerce* dalam toko online adalah *Storefront*.

Menurut Chandra [3], jumlah usaha mikro di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 58,91 juta unit, usaha kecil 59.260 unit dan usaha besar 4.987 unit. Namun begitu yang sudah go digital baru 5 persen. Beberapa faktor yang menyebabkan pelaku Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM) Indonesia mengalami perlambatan pertumbuhan usaha yakni permasalahan permodalan, sumber daya manusia (SDM), dan persaingan menembus pasar. Dari ketiga permasalahan pokok yang dihadapi UMKM, tim peneliti menyoroti pada permasalahan SDM. Jika diamati di beberapa *marketplace* yang ada seperti bukalapak.com dan tokopedia.com, *merchant/vendor*/pelapak yang betul-betul berasal dari UMKM masih sangat sedikit. Dari pantauan tim peneliti, salah satu permasalahan utama UMKM terletak pada SDM. Walaupun sudah dibekali pelatihan, para pelaku UMKM masih bingung tentang penggunaan keranjang belanja.

Menurut [4], media sosial WhatsApp memiliki nilai dimensi komunikasi yang tinggi, yakni cukup efektif dalam memberikan penjelasan pada suatu produk yang diiklankan dan memiliki kemampuan mengkomunikasikan pesan yang disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Sedangkan menurut [5] seperti tertera pada gambar 1, WhatsApp merupakan platform media sosial berbasis pesan yang paling banyak pengunannya yakni 83% dari pengguna internet di Indonesia.



Gambar 1. Media Sosial Aktif di Indonesia

Pada penelitian sebelumnya [6] yang berjudul “Pengembangan Aplikasi *E-Commerce* Berbasis *Website* Menggunakan *Content Management System (CMS)*”

Wordpress Pada Startup Hardcraft.Id” meneliti tentang pembuatan aplikasi *e-commerce* Hardcraft berbasis CMS Wordpress dan plugin WooCommerce. Hasil dari penelitian ini adalah terwujudnya website Hardcraft.Id sebagai solusi untuk membantu pengrajin kain tenun sutera di desa Pakkanna, Kabupaten Wajo dan desa lainnya pengrajin EKRAF di Indonesia umumnya.

Sedangkan pada penelitian [7] yang berjudul “Perancangan *E-Commerce* Untuk Mengembangkan Pemasaran Dan Pemesanan Produk Industri Kreatif Kerajinan Kayu” meneliti tentang perancangan sistem pemesanan informasi produk dan perancangan sistem *e-commerce* untuk industri kreatif kerajinan kayu. Hasil dari penelitian ini adalah telah dibuat sistem website *e-commerce* guna membangun sistem pemesanan produk industri kreatif kerajinan kayu UD Tohu Srijaya berbasis web menggunakan Wordpress.

Kemudian, penelitian Indra [8] yang berjudul “Perancangan Website E-Commerce Berbasis Wordpress Pada Butik Larasati Sragen” menghasilkan kesimpulan sebagai bahwa *plugin* Woocommerce yang terintegrasi di wordpress memberi kemudahan untuk bisa memanagemen penjualan website Butik Larasati.

Pada penelitian terdahulu [9] dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Instant Messaging* (WhatsApp) Pada UKM di Lingkungan Apartemen Kota Jakarta Selatan” meneliti tentang pengaruh penggunaan *instant messaging* (WhatsApp) pada UKM di kawasan apartemen yang terletak di Kota Jakarta Selatan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penggunaan *instant messaging* pada Usaha Kecil Menengah di lingkungan apartemen memiliki dampak positif bagi perkembangan usaha. Dari lima jenis usaha yang paling banyak terdapat di lingkungan apartemen, tiga diantaranya telah menggunakan aplikasi WhatsApp dalam berhubungan dengan konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk memanipulasi CMS Wordpress yang sudah terpasang *plugin* WooCommerce dan tema Storefront agar memudahkan pelaku UMKM dalam mempromosikan produk, dengan merubah fitur keranjang belanja pada website *e-commerce* menjadi fitur *chat* WhatsApp dan telpon. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah pelaku UMKM dalam mengelola promosi produk dalam promosinya, serta memudahkan pelanggan dalam melakukan negosiasi dan memesan produk. Selain itu terdapat fitur setting toko yang sangat singkat dan sederhana untuk mempermudah pelaku UMKM dalam mengelola toko onlinenya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Web Engineering Method*. Hasil dari penelitian ini adalah website siap pakai yang mudah dioperasikan oleh pelaku UMKM dan pelanggan yang diterapkan pada website <https://hafizdoll.id>.

II. METODE PENELITIAN

Menurut Simarmata dalam [10], rekayasa website (*Web Engineering*) adalah subdisiplin dari rekayasa perangkat lunak yang membantu menyediakan metodologi untuk merancang, mengembangkan, dan memelihara yang melibatkan aplikasi berbasis website. Tujuan utama dari rekayasa website adalah kesuksesan dalam mengatur kompleksitas, dan keanekaragaman pengembangan aplikasi website. Tahapan dalam pengembangan website menggunakan *Web Engineering Method* meliputi:

1. Fase Akuisisi

Dalam fase Akuisisi ini terdapat 2 aktivitas kunci yaitu:

- a. Memperoleh informasi keinginan pelanggan
- b. Mendeskripsikan solusi atas permasalahan yang terjadi

2. Fase Orientasi

Aktivitas yang terdapat pada fase Orientasi meliputi identifikasi target, produk, ruang lingkup yang dibahas dan asumsi-asumsi yang digunakan untuk implementasi sistem usulan.

3. Fase Identifikasi

Aktivitas yang terdapat pada fase Identifikasi adalah mengidentifikasi kebutuhan sistem usulan

4. Fase Perancangan

Dalam fase Perancangan membahas tentang arsitektur aplikasi website

5. Fase Realisasi

Fase ini merupakan penerapan perancangan grafis dan pengujian fungsional

6. Fase Implementasi

Fase Implementasi ini membahas bagaimana produk tersalurkan sampai ke pengguna, serta penerapan dan instalasi produknya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Fase Akuisisi

Beberapa informasi yang didapat dari pelaku UMKM seperti pemilik <https://hafizdoll.id>, <https://batikcilacap.com> dan beberapa pelaku UMKM serta berdasar pengalaman pelanggannya merasa kesulitan jika diharuskan membeli produk menggunakan fitur keranjang belanja yang biasa digunakan pada website *e-commerce* pada umumnya. Juga ketika melakukan pengaturan toko online, menurut para pelaku UMKM fitur bawaan dari CMS Wordpress, *plugin* WooCommerce, dan tema Storefront, jika memungkinkan dipermudah.

Dari informasi tersebut, tim peneliti akan memanipulasi website *e-commerce* yang dibangun menggunakan CMS Wordpress yang sudah terpasang *plugin* WooCommerce dan tema Storefront agar pelaku UMKM sebagai pengelola website atau toko online lebih mudah dalam melakukan pengaturan toko, serta merubah tampilan keranjang belanja menjadi *chat* melalui aplikasi WhatsApp dan telpon.

2. Fase Orientasi

Ruang lingkup pada penelitian ini meliputi pembuatan pengaturan toko yang mudah, dan merubah fitur keranjang belanja menjadi *chat* melalui aplikasi WhatsApp dan telpon.

3. Fase Identifikasi

Tabel 1 dibawah ini merupakan gambaran solusi yang ditawarkan dari permasalahan yang ditemukan,

agar kebutuhan informasi yang diinginkan pengguna dapat terpenuhi.

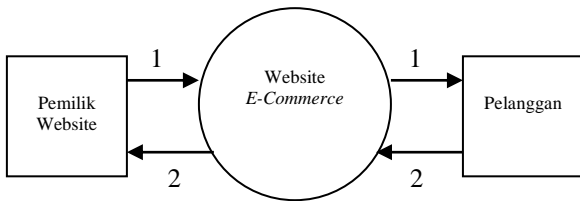
Tabel 1. Identifikasi Kebutuhan

Kebutuhan	: Form Pengaturan Toko
Masalah	: Fitur standar terlalu berbelit-belit
Usulan	: Dibuat form untuk mengatur toko yang mudah

Kebutuhan	: Fungsi pesan melalui <i>chat</i> WhatsApp dan telpon
Masalah	: Fitur keranjang belanja terlalu rumit digunakan pelaku UMKM dan pelanggan
Usulan	: Fitur keranjang belanja dirubah menjadi fitur <i>chat</i> otomatis menggunakan WhatsApp dan telpon

4. Fase Perancangan

Berdasarkan identifikasi kebutuhan yang sudah dibuat sebelumnya, maka gambar 2 dibawah ini menjelaskan perancangan sistem yang diusulkan.



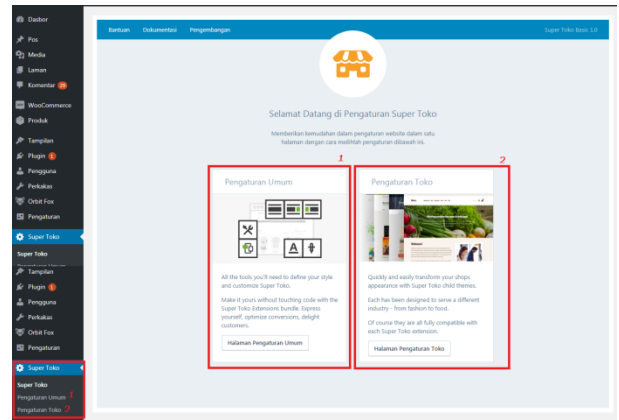
Gambar 2. Perancangan Sistem usulan

Penjelasan dari gambar 2 diatas:

- a. Pengaturan toko dan data produk
Pemilik website melakukan pengaturan toko memasukkan produk ke website *e-commerce*.
- b. Data pemesanan
Pelanggan melakukan pemesanan produk melalui *chat* WhatsApp ataupun telpon yang sudah diatur secara otomatis oleh sistem.

5. Fase Realisasi

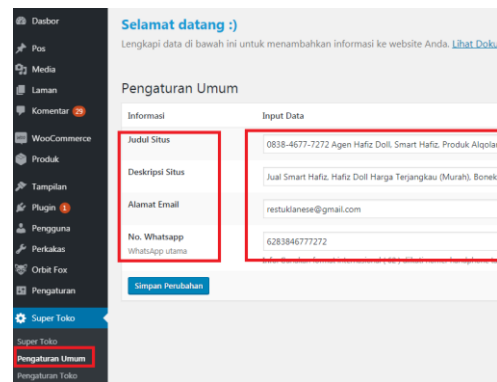
Realisasi dari perencanaan yang telah dibuat meliputi pembuatan pengaturan toko yang sederhana dan mudah serta perubahan fitur keranjang belanja menjadi *chat* WhatsApp dan telpon. Gambar 3 dibawah ini menunjukkan adanya 2 pengaturan yang telah dibuat.



Gambar 3. Pengaturan Toko

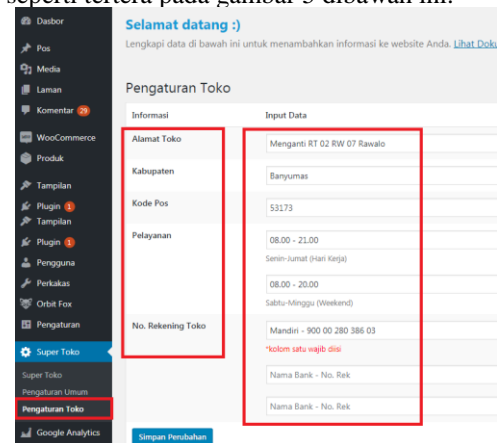
Seperti terlihat pada gambar 3 diatas, terdapat 2 pengaturan yang meliputi:

- a. Pengaturan Umum
Pengaturan umum digunakan untuk mengatur informasi judul situs, deskripsi situs, alamat email, dan nomor WhatsApp seperti tertera pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4. Pengaturan Umum

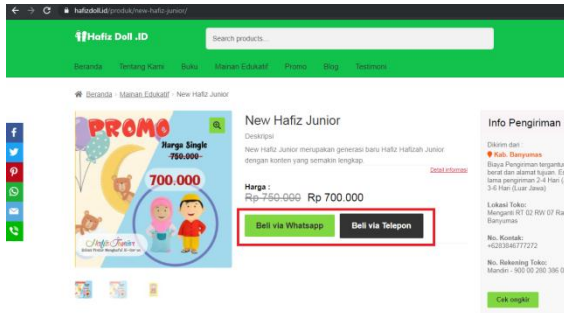
- b. Pengaturan Toko
Pengaturan toko digunakan untuk mengatur informasi alamat toko sampai dengan kode pos, jam dan hari pelayanan, serta nomor rekening toko seperti tertera pada gambar 5 dibawah ini.



Gambar 5. Pengaturan Toko

Untuk perubahan fitur keranjang belanja menjadi *chat* WhatsApp dan telpon tampil pada halaman produk seperti tertera pada gambar 6 dibawah ini, dan bisa

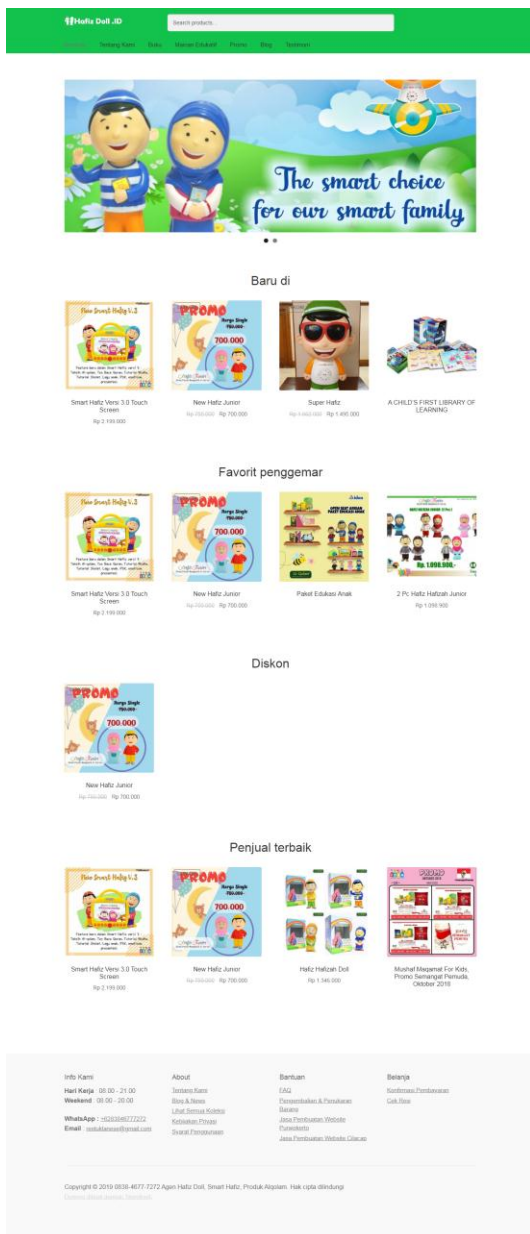
dilihat pada halaman <https://www.hafizdoll.id/produk/new-hafiz-junior/>



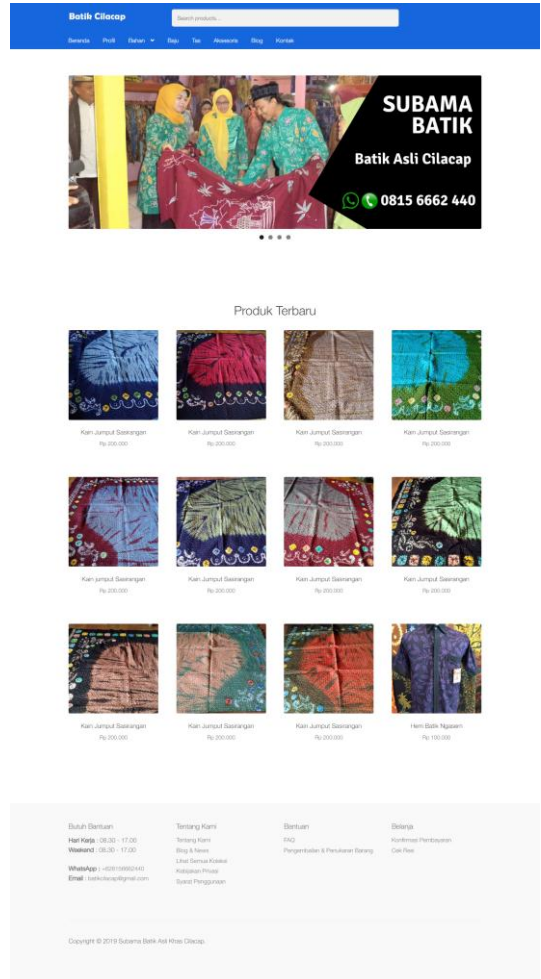
Gambar 6. Fitur Keranjang Belanja dirubah menjadi Chat WhatsApp dan Telpon

6. Fase Implementasi

Implementasi dari penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat di <https://hafizdoll.id> dan <https://batikcilacap.com>, seperti tertera pada gambar 7 dan 8 dibawah ini.



Gambar 7. Tampilan HafizDoll.ID



Gambar 8. Tampilan BatikCilacap.Com

Agar hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku UMKM yang lain, hasil dari penelitian ini sedang dikembangkan dan terus diperbarui, yang informasinya dapat dilihat di <https://supertoko.my.id>.

IV. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan yaitu :

- a. CMS Wordpress yang sudah dipasang *plugin* WooCommerce dan tema Storefront dapat dimanipulasi untuk dikembangkan sesuai kebutuhan.
- b. Telah dilakukan manipulasi terhadap CMS Wordpress yang sudah dipasang *plugin* WooCommerce dan tema Storefront yang meliputi adanya pembuatan pengaturan toko yang lebih sederhana dan mudah digunakan, serta dirubahnya fitur keranjang belanja menjadi *chat* melalui aplikasi WhatsApp dan telpon.

2. Saran

Untuk pengembangan perangkat lunak ini terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan dalam pengembangannya meliputi:

- a. Dibuat menjadi tema tersendiri yang dapat diaplikasikan dengan mudah oleh pengguna.
- b. Dibuat adanya pengaturan pemilihan tetap menggunakan keranjang belanja atau tidak.

ACKNOWLEDGMENT

Terimakasih kepada Universitas Amikom Purwokerto atas dana hibah yang diberikan melalui skema Penelitian Dosen Muda Amikom.

REFERENSI

- [1] A. R. Mariana, A. Sidik, and L. Roby, "Sistem Informasi Penjadwalan Pengambilan Dokumen Jaminan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Berbasis WEB," *J. SISFOTEK Glob.*, vol. 9, no. 2, 2019.
- [2] Tarigan and A. Tarus, "Penjualan Online Baju Bekas di Pasar Melati dengan Web E-Commerce," 2019.
- [3] Y. Candra, "UMKM Indonesia yang Go Digital Masih Minim," Jakarta, 2019.
- [4] N. Amalia, B. Ismanto, and Ivandari, "Analisa Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi menggunakan EPIC Model," *IC-Tech*, vol. 11, no. 1, pp. 23–27, 2019.
- [5] A. D. Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019," *andi.link*, 2019. [Online]. Available: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>.
- [6] A. A. Salim, S. F. S. Gumilang, and M. A. Hasibuan, "Pengembangan Aplikasi E-Commerce Berbasis Website Menggunakan Content Management System (Cms) Wordpress Pada Startup Hardcraft.Id," *e-Proceeding of Engineering* : p 3269-3277, Vol.5, No.2 Agustus 2018.
- [7] E. Y. Arifianto, P. B. Santosa, and S. Kurniawati, "Perancangan E-Commerce Untuk Mengembangkan Pemasaran Dan Pemesanan Produk Industri Kreatif Kerajinan Kayu," *Seminar Nasional IENACO - 2018*, p 575-582.
- [8] I. W. Nugraha, and H. Supriyono, "Perancangan Website E-Commerce Berbasis Wordpress Pada Butik Larasati Sragen". Naskah Publikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [9] M. Sistarani, A. Umar, and A. H. Sasongko, "Pengaruh Penggunaan Instant Messaging (WhatsApp) Pada UKM di Lingkungan Apartemen Kota Jakarta Selatan," *Buletin Bisnis dan Manajemen*, Volume 04, No.01, Februari 2018.
- [10] A. U. Hamdani and R. L. Mubarak, "MODEL E-COMMERCE DENGAN METODE WEB ENGINEERING METHOD UNTUK MENUNJANGPEMASARAN PRODUK PADA," *Pros. SENDI_U 2019*, no. 1, pp. 978–979, 2019.